

Daftar Isi

Kata Pengantar	ii
Halaman Persembahan	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	viii
Intisari	ix
<i>Abstract</i>	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	12
1.7 Sistematika Penulisan	14
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Loyalitas	24
2.1.2 Komunitas	26
2.1.3 Komunitas Merek	29
2.1.4 Komitmen Komunitas Merek	30
2.1.5 Afeksi Terhadap Komunitas Merek	31
2.1.6 Kepercayaan Terhadap Komunitas Merek	31
2.2 Pengembangan Hipotesis	31
2.2.1 Afeksi Terhadap Komunitas Merek dan Komitmen Komunitas Merek	31
2.2.2 Kepercayaan Terhadap Komunitas Merek	

dan Komitmen Komunitas Merek	32
2.2.3 Komitmen Komunitas Merek dan Minat Pembelian Ulang	33
2.2.4 Komitmen Komunitas Merek dan Word of Mouth yang Positif ...	34
2.2.5 Komitmen Komunitas Merek dan Komplain yang Membangun ..	34
2.3 Model Penelitian	37
BAB III. METODE PENELITIAN	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Definisi Operasional.....	39
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.4 Instrumen Penelitian	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian	44
3.7 Metode Analisis Data	49
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Data	55
4.2 Deskripsi Demografi Responden	56
4.2.1 Gambaran Umum Responden	56
4.3 Pengujian Instrumen	63
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	63
4.4 Pengujian Hipotesis	67
4.4.1 Analisis Regresi Sederhana	67
4.5 Pembahasan	75
BAB V. SIMPULAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Implikasi Manajerial	80
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	83
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produksi Penjualan Sepeda Motor	3
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	41
Tabel 3.2 Pretest dengan Cronbach Alpha	47
Tabel 4.1 Tingkat Respon kuesioner	57
Tabel 4.2 Komposisi Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4.3 Komposisi Umur Responden	59
Tabel 4.4 Komposisi Domisili Responden	60
Tabel 4.5 Komposisi Pendidikan Responden.....	60
Tabel 4.6 Komposisi Pekerjaan Responden	61
Tabel 4.7 Komposisi Pengeluaran Pribadi Responden	62
Tabel 4.8 Komposisi Unit Harley Davidson yang dimiliki	62
Tabel 4.9 Komposisi Lama Bergabung	63
Tabel 4.10 Komposisi Level Keaktifan	64
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>factor scores</i>	65
Tabel 4.12 Hasil Regresi Berganda.....	68
Tabel 4.13 Hasil Regresi Afeksi pada komitmen	69
Tabel 4.14 Hasil Regresi Kepercayaan pada komitmen	70
Tabel 4.15 Hasil Regresi Komitmen pada Minat Pembelian Ulang	72
Tabel 4.16 Hasil Regresi Komitmen pada Word of Mouth	73
Tabel 4.17 Hasil Regresi Komitmen pada Komplain	74
Tabel 4.18 Ringkasan Hipotesis	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	39
-----------------------------------	----